

(美) 玛格莱特·苏丽文 著 董关鹏 译

政府的媒体公关与新闻发布

一个发言人的必备手册



清华大学出版社

政府的媒体公关与新闻发布

一个发言人的必备手册

(美) 玛格莱特·苏丽文 著 董关鹏 译

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

这是一本由美国国务院组织撰写的经典读物,曾经多次修订,并成为美国政界和企业界广为推崇的媒体公关与新闻发布相关工作人员的必读书。全书以最简洁而精炼的语言全面介绍了政府新闻发布工作的角色、过程与目标,以及大量的实战技巧,尤其将政府的新闻发布工作作为政府部门公共关系的一个必然组成部分,把公共关系基本的“调研—策划—实施—评估”四步工作法贯穿于全书,可操作性强。

本书由美国国务院(U. S. Department of State)授权清华大学出版社在中华人民共和国出版发行。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用清华大学核研院专有核径迹膜防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

北京市版权局著作权合同登记号:01-2004-6628

图书在版编目(CIP)数据

政府的媒体公关与新闻发布:一个发言人的必备手册/(美)苏丽文著;董关鹏译. —北京:清华大学出版社,2005.4

书名原文:A Responsible Press Office

ISBN 7-302-10789-0

I. 政… II. ①苏… ②董… III. 政府—新闻—公布—研究 IV. G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 030392 号

出 版 者:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010-62776969

组稿编辑:纪海虹

文稿编辑:王巧珍

封面设计:傅瑞学

版式设计:刘伟森

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市春园印刷有限公司

发 行 者:新华书店总店北京发行所

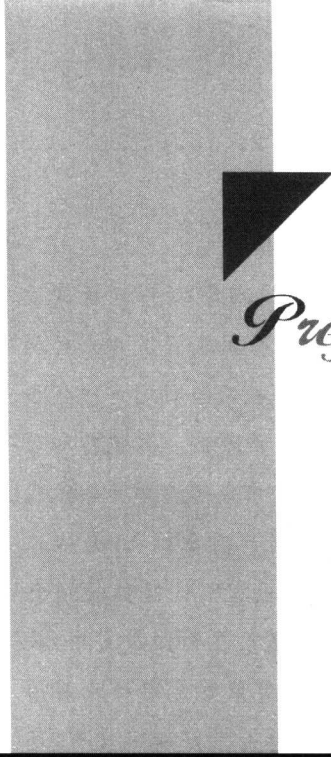
开 本:173×235 印张:10.25 字数:104千字

版 次:2005年4月第1版 2005年4月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-10789-0/G·602

印 数:1~5500

定 价:22.00元



Preface

中文版序言一

新闻执政与新闻发布

李希光

2003年年底,高加索地区发生了一场称之为“玫瑰革命”的反政府事件。这场“革命”是一场反对派与媒体联手精心策划、操作的媒体事件。由人民合法选举的格鲁吉亚总统谢瓦尔德纳泽被媒体设置的议程、制造的新闻、组织的“革命者”、煽动的抗议者和塑造的反对派领袖驱赶出了总统府。“玫瑰革命”对于思考如何加强中国共产党的执政能力有重要的警示意义。

翻阅美国国务院组织编写的《政府的媒体公关与新闻发布》，我发现，作者是有着丰富记者经验和美国政府发言人经历的苏丽文女士。她的有关发言人的理论和技巧与我们这一年多在国务院新闻办公室发言人培训班教学中运用的一些技巧和理论不谋而合。只是这本书从另一个角度直接或间接地回答了我们在课堂上一直讨论的关键问题：是政府应对危机，还是媒体应对危机？重大突发事件该不该让媒体报道？让媒体报道什么？能否做到让媒体按照我们的议程报道？在新闻报道中，政府能否始终掌握主动权？危机中媒体应对预案是做给政府用的，还是做给媒体用的？危机发生后，政府是做好新闻发布，还是做好新闻媒体的管理工作？危机发生后，政府发言人是管理好自己的嘴，还是管理好记者的手？是要求媒体统一口径，还是要求政府部门统一口径？媒体是你的朋友？媒体是你的敌人？媒体是你的商业伙伴？媒体是你操纵的对象？媒体是你挣钱的工具？

在今天这种高度商业化和媒介化了的社会里，新闻的合理运用是一个政府成功的关键。那些不了解媒体、不了解新闻、不了解记者，那些不遵守新闻发布基本原理、不会运用新闻发布技巧，与媒体关系处理不好的人注定要失败，而遵守者将从中获益。

在当今高度商业化的媒体社会里，新闻执政已成为成功的政治和治国不可缺少的重要部分。从美国基层的市政厅到白宫，从基层的社会运动到庞大预算的利益组织，这一点对各级政府来说都越来越重要。上个世纪后 50 多年新闻媒体数量大幅增加，要求政府大力加强日常的管理。1945 年，当哈里·杜鲁

门命令将原子弹投放到日本时,他亲自把这一新闻传送给了 25 人组成的白宫新闻团。当比尔·克林顿抵达华盛顿就职时,他发现超过 1700 位记者包围了白宫。包括电视制作人、技术人员和其他有关人员在内一共 2800 人都被允许通过总统住所的新闻媒体入口。难以想象,如果没有充分的演出筹备、安排和脚本设计,一位政治家将如何应对这么一大群人。因此,白宫的媒体操作是与媒体力量一起,有时甚至是早于媒体发展起来的。

比较美国的执政者和政治家,你会吃惊地发现,目前中国有不少领导却没有充分认识到新闻执政的重要性,更没有把新闻治国提到执政能力的建设议程上来。新闻治国的意义在于:提高公共政策部门的执政形象、执政公信和执政的合法性。

如何实现新闻执政?可以参考美国政府一系列的成功做法和制度。比如:

(1) 用表态制造新闻。在今天的商业化媒体和全球化媒体的环境下,各级政府领导人要学会在事件发生后及时表态,第一时间发出政府声音,把人民群众迅速凝聚到政府周围。但是,常常由于某些政府部门在国内外事件中不愿意表达声音和立场,促使媒体与记者只好报道别国政府的声音和立场。因此,政府的声音要让本国人民和世界听见,需要政府的政务公开和政府发言人制度的完善。

中国主流媒体近年来一直在讨论“三贴近”。毫无疑问,新闻的力量来自新闻报道的“三贴近”(贴近实际、贴近群众、贴近生活)。但是,“三贴近”提了好几年了,为什么党和政府领导的传统主流媒体在新闻报道的语言、风格、选题、角度和内容上没有明显的变化?中国的政治传播现状清晰地表明,“三贴近”更

多地不是用来要求传统主流媒体的总编如何如何。“三贴近”倒更应该用来要求各级领导干部,要求他们牢牢掌握新闻发布规律,使政府的议程、媒体的议程和公共议程三合为一,更有效地引导舆论,提高政府的执政能力。人们总是简单地把“三贴近”理解为对党报的要求,其实,“三贴近”更应该是对领导人的媒体素养的最基本要求。因此,领导干部应该在开会、讲话、报告、视察中运用“三贴近”的原则,按照如下新闻规律办事:①愿意并及时表态;②策划特定场合表态(不要总在会议室里);③采用新闻语言表态,(在这点上,可以借鉴美国总统的工作方式,雇用有丰富记者经验的人担任全职的演讲撰稿人,而绝不用自己的秘书、政府官员和专家学者来写发言稿)让领导人的讲话或发言简洁、清晰,具有人性化和新闻性。只有这样,政府的声音才不仅能在党报上发出,而且还能在商业化媒体,甚至国际媒体上发出。

(2) 用行动制造新闻。中国领导人同美国领导人一样经常在全国各地视察讲话。但是,一些中国领导人与美国领导人不一样的地方在于:美国领导人把每天的活动日程提前告诉记者,让记者把领导人的行动和讲话及时变成新闻,告知公众,使公众总是跟着国家领导人的行动、发言和思想行动。美国领导人的一切行动都是为了通过媒体争取民心,进而争取连任。但是,一些中国的领导人在各地的访问视察和讲话,往往是在一两个星期之后才让新华社发表一篇工作简报式的新闻通稿。而这样的一篇既无时效性又无新闻性的通稿。很难进入千家万户的中国人心中。

(3) 用政策制造新闻。即围绕“新闻性”制定政策。所谓

“新闻性”是,修改或制定一项政策一定可用于新闻角度的内容并且会获得人民群众的欢迎。

(4) 学会策划“今天的台词”。美国政府最高决策会议是美国总统每天在白宫召开的会议。但是,这个会议主要的时间讨论的不是别的,而是今天的新闻应该是什么?今天白宫应该向媒体发布的“新闻台词”“新闻关键词”是什么?通过白宫最高层的新闻策划会,通过一个口径、一个关键词,确保美国人民、美国媒体乃至世界人民和各国媒体甚至各国政府关注的议程是白宫策划出来的议程,把议程设置权和新闻选择权紧紧地抓在手里。

在当今媒介化的社会里,政府危机往往产生于对突发事件的新闻处理不当,从而导致“媒体事件”——媒体大肆炒作和轰轰烈烈追踪报道事件和人物。这种媒体事件是随时可能发生的。近年来国内外发生的一连串媒体事件,比如:一个国家遇到的危机(中国的“非典”、格鲁吉亚的“玫瑰革命”、美国虐囚事件)、一个省或地区遇到的危机(河南省的非法卖血感染艾滋病事件)、一个城市遇到的危机(南京汤山特大投毒事件)、一所大学遇到的危机(清华、北大爆炸案)、一个企业遇到的危机(广西南丹透水事件)、某个个人遇到的危机(亲人遇害、名誉侵害、隐私曝光),等等。

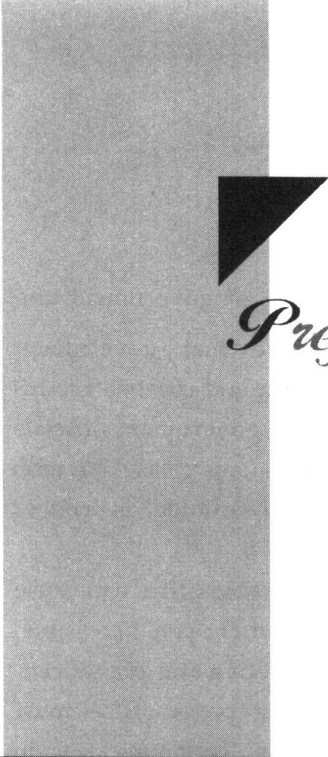
可怕的不是突发事件,是突发事件发生后不知道如何应对媒体,从而酿成真正的危机——媒体事件。例如,2001年9月南京汤山发生投毒案。当时,当地政府相关部门拒绝透露死亡人数,并不让记者采访报道。当时,我国台湾的《中国时报》报道说,南京市那两天不管是《扬子晚报》还是《现代快报》等,只要刊登有关汤山中毒事件消息,一出来报纸就马上销售一空。但

是,市民还是觉得报纸内容“不好看”,因为它们对中毒事件的描述都是用简单的新华社通稿。表面上看,政府为了维持社会稳定,不惜压制舆论避免事态扩大。但事实上造成了人心惶惶。当地市民、国内广大网民和记者对官方控制新闻报道、不公布正确死伤人数的做法感到不解和不满。据中国香港《明报》当时报道,政府有关部门于事发当日给各新闻单位的传真通知,指出南京汤山的特大中毒案,有关部门正在调查之中。为保证社会稳定,按照省领导的有关要求,此事暂不报道。等事情调查清楚后,以新华社稿件为准,再作报道。新华社在案发第一晚,曾发稿称“已证实死亡41人”,但未几即告收回,仅以一条通稿“200人中毒、多人不治”代之,媒体也共遵之,这被内地网民讥为“中国新闻人的悲哀”。《明报》报道说,当局对消息的封锁也令内地民众愈来愈不满,很多民众通过互联网指摘当局的“鸵鸟”做法。内地一个网站还专辟了一个“纪念九·一四”主页(网址: <http://914.netor.com>)以“今夜,我们为南京祈祷”为题,收录汤山死难者的姓名,得到许多网民的响应,纷纷到该网站点烛题句,以示纪念。尽管投毒案事件悲情正浓,数千中毒者家人和亿万国民翘首以待,期望了解事件真相,内地各大媒体却淡然处之,以毫不相关的新闻去填塞版面。那几天,群众只好在人民日报网站的“强国论坛”和“北大三角地”等论坛表达强烈不满。

如何避免媒体事件呢?常住美国的新华社高级记者司久岳提出的解决方案是:1. 通过发布与表态,引导舆论;2. 通过发布与表态,设置议程;3. 通过发布与表态,树立形象。他的新闻发布理论是“以言代行”和“以行造言”。所谓“以言代行”有二:1. 通过日常吹风会,不断发布表态新闻;2. 遇到突发事件时,首

先抢发表态文电。司久岳认为,历史上许多危机是因为突发事件处理不及时或未处理才成为真正的危机——如“非典”和“切尔诺贝利”事件等。危机发生后将形成短暂的“信息真空”,大家都在等待有关消息;这时候如出现谣言,将会以最快速度得到最广泛的传播。要在第一时间抢先宣布突发事件的死亡人数,然后不断公布新的死亡人数,并着重发布救援的进展,树立救援中的英雄。在突发事件中,政府要掌握议程设置权——引导记者采访政府的态度、政府是怎么做的(是如何减少人民损失的)、政府已经做了什么、政府正在做什么、政府将要做什么,以显示这是一个负责任的、有能力的、强大的政府。

总之,我们要记住,危机是不可避免的,危机本身不可怕,再大的危机也不可怕。可怕的是不进行新闻发布或者发布不当,酿成真正的危机——媒体事件。希望这本小册子能够有助于我们避免媒体事件。



Preface

中文版序言二

The press office-sometimes called the spokesman's office, media relations department, information unit, or public relations office-is the public face of a government department or a private company. It receives requests for information from the media and the public, and it provides responses. It reaches out to the public to explain how an organization serves the public interest and the common good.

Press offices are necessary in every large organization in an age of opening and reform. They provide the bridge between

those properly responsible for the tasks of government and those who properly watch to insure that government departments serve the people. The media and citizens groups often fill the latter role. Years ago, many government officials and senior businessmen had this media relations policy: "We wish they would go away." Now, such an attitude is neither appropriate nor possible.

The good or poor functioning of a press office can cause the public to judge that their government is open, accessible, honest and fair, or that it is closed, secretive and prejudiced. The professionals in a well-functioning press office must work well in two directions. One way is "communicating in and out" with the media and the public. The other way is "managing up" within the organization to insure that the whole Department understands it must have an organizational culture that favors openness and service.

I am confident that the publication of this volume by the Tsinghua University Press will be helpful in this important and challenging work.

新闻办公室,有时也称作发言人办公室、媒体关系部、信息小组,或者公共关系办公室,是政府部门或者私营公司的公开面孔。它接受媒体和公众希望获得相关信息的要求,然后给予回应。它还和公众取得联系,来解释其所属组织如何为公众兴趣和共同利益进行服务。

置身于这个开放和改革的年代,新闻办公室对于大型组织而言,是必需的。它在那些应保证政府履行职责而负责的人与那些应监督保证政府为民服务的人之间提供了一架沟通桥梁。

媒体和公民团体则经常履行后一责任。多年前,许多政府官员和商业高层人士追随这样一条处理媒体关系的方针:“我们希望那些媒体能走开”。而现在,采取这样的态度既不适宜,也不可能。

新闻办公室所起的良好或拙劣作用能使公众判定他们的政府是公开、可亲、诚实和公平的,还是封闭、遮掩和偏倚的。

清华大学出版社出版的这卷书籍对开展这样一项重要和富有挑战性的工作是大有裨益的,对此我满怀信心。

裴孝贤/Donald M. Bishop

美国驻华大使馆公使衔新闻文化参赞

Minister Counselor for Press and Cultural Affairs

American Embassy Beijing



From the Author

英文版序言

过去的几年里,我有幸作为美国国务院新闻发言人项目的一员访问了几个中欧国家和位于欧亚边界的国家。在这几次访问中,我结识了很多政府官员,并结合自己曾经担任记者和几个美国政府组织发言人的经验,给他们提出了一些关于有效率地运作公共事务的建议。

这本书是对我在这几次访问中被问及的很多问题的直接回应,作为一本袖珍型的小册子,希望本书能够帮助政府领导和新闻官员建立新闻界和政府之间有效的沟通机制。这些新闻发言人提出的一些问题,包括与新闻发布相关的某些具体题目和对各自题目所要求了解的细节

程度,本书在对材料的取舍等方面都一一作了有针对性的回复。

这里所探讨的问题并不是世界上哪一个国家所特有的,我在美国和世界其他国家遇到过多次相同或类似的情况。比如:在危机发生的时候,我应该如何和新闻界打交道?当我所效力的政府官员希望大众理解和接受他们的信息时,我应该做些什么?我应该如何评估一项采访请求?如何召开新闻发布会?如何将新闻办公室长远的传播战略和与新闻界每天打交道时应具备的责任感结合起来?新闻官和新闻界的记者们可以建立怎样的关系,应该将这种关系发展到什么样的程度?

本书没有能够包括我曾经提出的很多问题,包括有关“阳光法案”(Sunshine Laws)或者信息自由法案(Freedom of Information Act)和会议公开提案(Open Meeting Requirements)。关于这方面的信息,我推荐读者阅读美国国务院国际信息项目办公室正在筹划编写的《政府透明化》一书,这个办公室同时正在筹划编写另外一本小册子即《10号民主文件:公众知情权》,这本书将在2001年以前出版。*

这本内部人员手册里的资料同样反映了我在美国的工作经历。作为一名记者和专栏作家,在对政府的报道中,我从一个外部的视角,观察并总结了有关政府怎样与新闻界沟通的具体做法;同时我也曾经作为和记者打交道的政府组织和相关部门的新闻官,以内部的视角,经过细心观察而总结了以上沟通活动的一般规律。作为一名记者,我报道过从中央到地方各级政府的

* 该书已经正式出版,读者可登录 <http://usinfo.state.gov/products/pubs/list.htm>。——译者注

新闻；作为一名政府新闻发言人，我与来自地方、中央、国际上的媒体记者打过交道；作为华盛顿新闻界俱乐部(Washington Press Club)的主席和若干政府组织管理机构的行政官员，我更真切的感受到相关专业组织的重要性，在那里可以与同行交流经验、探讨问题和分享成功。

最后，无论是在美国内外，都让我观察和感受到了民主社会里政府发言人和新闻记者角色的重要性，他们一起努力地工作，从而让公众获得有关政府的信息并使政府通过媒体对公众所关心的问题做出及时的回应。

玛格莱特·苏丽文

译者简介

董关鹏,国际传播与政府公共关系研究领域青年学者。毕业于北京大学国际政治系后留学英国谢菲尔德大学、剑桥大学和杜伦大学。2001年回国后在清华大学、国家行政学院和中央社会主义学院等讲授政治传播、国际传播和公共关系等研究生课程,并从事相关领域的研究工作。现任清华大学新闻与传播学院院长助理、国际传播研究中心专职研究员、清华-奥美公共形象与战略研究室研究主任,同时担任国务院新闻办公室全球传播系列高级研讨班联合主讲,全国政府新闻发言人培训班联合主讲,是最早直接参与给有关领导系统讲授政府公共关系和新闻发布等相关课程的学者之一。